



# Die Selber-Macher

**Wolf Möbel – wie man sich stets verändert und sich dennoch treu bleibt | Neue Programme**

Wolf Möbel aus Schweinfurt am Main verfolgt seit der Firmengründung im Jahr 2002 konsequent einen anderen Weg und ist damit ausgesprochen erfolgreich. Firmengründer Markus Wolf war einerseits fasziniert von der Vielfalt, die der Markt anbot, andererseits jedoch entdeckte er eine Marktlücke: qualitativ hochwertige Möbel aus Massivholz waren nur im oberen Preissegment zu finden. Der Schlüssel zur Lösung dieses Problems war schnell gefunden. Also entwickelte er ein Konzept, den Preis senken zu können, ohne die Qualität zu vernachlässigen. Entgegen aller Unkenrufe aus der Branche setzte er dabei auf den Direkt-

containerimport aus Indien und Mexiko. Das Besondere daran ist, dass es sich dabei um selbst entworfene Möbellinien handelt, aus Massivholz, in Handarbeit gefertigt. Die Lieferung erfolgt direkt vom Produzenten zum Kunden. Der Umweg über die Lagerhaltung entfällt. Die Kunden, das sind Möbelverbände, Möbelhäuser und Onlinehändler, haben die Möglichkeit, verschiedene Möbel innerhalb eines Containers zu kombinieren, sind also nicht auf eine Linie festgelegt. Für Ware aus Indien bedeutet dies zum Beispiel, dass mehr als 600 verschiedene Teile gemischt werden können, bei einer Mindestbestellmenge von fünf Stück je Möbel – das ist fast wie ein Einkauf im Großhandel, nur günstiger. Eine der ersten Linien heißt „Yoga“ und ist heute ein Klassiker, der für alles steht, was Wolf Möbel auszeichnet: klares Design, massives Holz, hohe Qualität zu erschwinglichem Preis. Möbel für junge Familien, die nicht nach kurzer Zeit unbrauchbar werden oder aus der Zeit gefallen wirken. Wolf Möbel haben Charakter und besitzen oft lebendige Oberflächenstrukturen, da die natürliche Maserung des Holzes ein wichtiger Bestandteil des Designs ist. Die Produkt- und Gestaltungsvielfalt ist enorm, aber keinesfalls langweilig, und die meisten Linien können un-

Die neue Möbellinie „Himalaya“ für Wohnen, Speisen und Arbeiten steht stellvertretend für die Wolf Möbel-Tradition: Exotische Details verweisen auf die Herkunft der Möbel, die dennoch durch ein klares Design, eine hohe Funktionalität und vielfältige Kombinierbarkeit punkten.

tereinander kombiniert werden. So ist man als Kunde niemals auf eine einzige Linie festgelegt und kann seiner Fantasie freien Lauf lassen.

## Vom Ein-Mann-Betrieb zum Global Player

Wie sehr Markus Wolf mit seiner Idee richtig lag, zeigt die Firmengeschichte: 2002 begann er als Ein-Mann-Betrieb, vier Jahre später drohte ihm die große Nachfrage über den Kopf zu wachsen und er stellte eine Assistentin ein, bezog ein kleines Büro in der Würzburger Innenstadt und wurde noch erfolgreicher. Bereits im Jahr 2009 änderte sich die Situation nochmals grundlegend. Wolf Möbel hatte sich zum weltweit größten Importeur für Indienmöbel entwickelt und außerdem neben Mexiko Lieferanten aus China, Indonesien und Vietnam ins Programm aufgenommen. Für die mittlerweile sechs Angestellten wurde es in Würzburg zu eng und dies-



spiegelt sich in allen Linien wider. Auch wenn einige Stücke durch exotische Details ihre Herkunft nicht verleugnen können, bleiben sie stilistisch der Wolf Möbel-Tradition treu: klares Design, keine unnötigen Applikationen, hohe Funktionalität und Kombinierbarkeit. Diese Möbel sind mehr als einfach nur Tisch, Stuhl oder Schrank, sie sind Ausdruck einer Weltoffenheit, die sich in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft gleichermaßen zu Hause fühlt. Kurz gesagt: sie haben Stil.

## Rückenwind durch Sponsoring

Von Beginn an frönte Markus Wolf seiner zweiten großen Leidenschaft, dem Fußball und Spitzensport. Zunächst beschränkte er sich auf das Sponsoring regionaler Fußballvereine wie den 1.FC Schweinfurt 05 und den Würzburger FV. Der zunehmende unternehmerische Erfolg machte ein überregionales Engagement möglich und seit August 2014 ist man stolzer Hauptsponsor des 1.FC Nürnberg. Damit hat Wolf Möbel die nächste Stufe zur Steigerung des Bekanntheitsgrades erklommen: die bundesweite Wahrnehmung als Marke macht sich deutlich bemerkbar. Die Nachfrage im Einzelhandel ist gestiegen und die Endkunden informieren sich über die

Firmen-Homepage, wo und in welchen Möbelhäusern sie Wolf Möbel kaufen können.

## Neues Shop-in-Shop-Konzept

Das neue Shop-in-Shop-Konzept mit Flagship-Stores in großen Möbelhäusern wurde selbstverständlich auch in Schweinfurt entwickelt und zielt voll und ganz auf die Bedürfnisse der Kunden ab. Sie können im Möbelhaus die verschiedenen Linien begutachten und direkt miteinander vergleichen. Nicht in der Ausstellung enthaltene Möbel können über eine Kommunikationsstele oder mit dem Smartphone, respektive Tablet über das kostenlose WLAN angesehen werden. Die Stele bietet außerdem die Möglichkeit, Internetseiten wie Youtube, Facebook oder Kicker direkt aufzurufen. Möbelkauf als Erlebnis – ganz einfach. Wer einmal miterlebt hat, wie Markus Wolf eine Idee entwickelt, die Vorfreude und Begeisterung auf das Neue in seinen Augen gesehen hat, weiß: Der Mann hat Spaß an seiner Arbeit. Diese Freude versucht er Mitarbeitern, Produzenten und Kunden gleichermaßen zu vermitteln. Denn er weiß natürlich, dass eine Firma keine One-Man-Show ist, der Erfolg kommt nur durch gemeinsame Arbeit. sa

mal dachte Markus Wolf in großen Kategorien. In Schweinfurt fand er ein ehemaliges Möbelhaus, das alles bot, was er sich für seine Firma wünschte: einen Showroom mit 1.500 qm Fläche, ein Lager und ein großzügiges, nach seinen Ideen gestaltetes, hochmodernes Büro für noch mehr Mitarbeiter. Dieser Firmensitz offenbart den Charakter der Firma in idealer Weise. Der lichtdurchflutete Präsentationsraum, das weitläufige und freundliche Büro verströmen einen Charme, der einladend und offen für Neues wirkt.

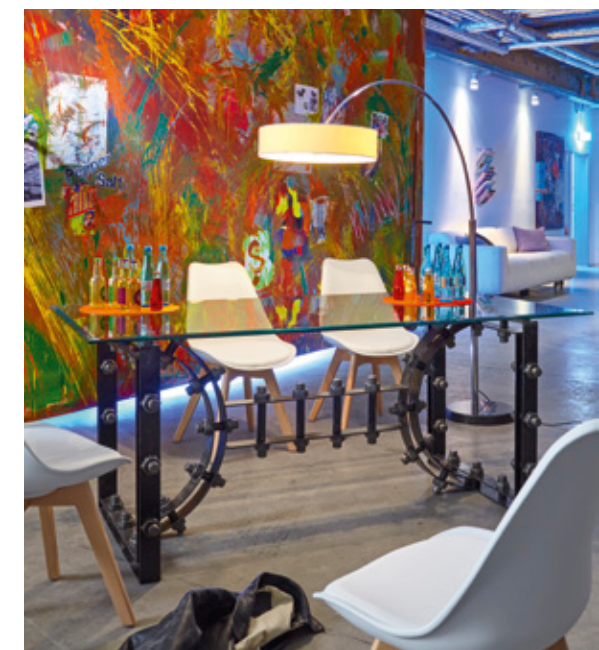
seiner Grundidee sind ihm wichtiger als kurzfristiger und kurzlebiger Erfolg. Moden kommen und gehen, Qualität und Beständigkeit überleben immer. Dieser Grundsatz der Zeitlosigkeit

## Modern – aber nicht um jeden Preis

Offen für Neues bleiben und dabei eventuell auch mal die Vergangenheit bemühen, immer einen Schritt schneller sein als die Konkurrenz, dies zeichnet Markus Wolfs beruflichen Charakter aus. Er weiß genau, was er will und was nicht sein darf. Deshalb behält er am liebsten alle Fäden in der Hand, oder besser gesagt: inhouse. Design, Marketing und Werbung gibt er nicht außer Haus, denn nur so kann er sicher sein, die Marke Wolf Möbel nach seinen Vorstellungen zu entwickeln, ohne sich scheinbar zeitgeistigen Trends beugen zu müssen. Die Authentizität der Firma, die Treue zu sich selbst und



Möbel aus Massivholz zu erschwinglichen Preisen – das ist das Erfolgskonzept von Wolf Möbel.



Die Bandbreite der selbst entworfene Möbel, die in Mexiko und Indien gefertigt werden, ist groß. Fotos: Wolf Möbel